

ABSTRAK

Nama : Jennifer, Maria Stella Gracia, Marvella Shereen Wijaya
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : *SENSE OF PLACE* PASAR CIHAPIT

Penelitian ini berfokus pada mendalami *sense of place* dari Pasar Cihapit sebagai pusat kegiatan ekonomi dan budaya. Pasar Cihapit dipilih sebagai objek penelitian ini karena merupakan salah satu pasar tradisional yang sudah berdiri sejak 1947, namun tetap bertahan hingga sekarang. Terdapat banyak penelitian lainnya yang juga mengangkat Pasar Cihapit sebagai objek penelitiannya. Tetapi, hingga saat ini belum ada yang melakukan penelitian mengenai *sense of place* dari Pasar Cihapit. Dengan menggunakan metode kualitatif yang didapatkan melalui wawancara dengan pedagang, pengunjung, perwakilan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, serta Akademisi dari Bandung, didapatkan hasil penelitian mendalam mengenai faktor sosial dan fisik yang mempengaruhi *sense of place* Pasar Cihapit. Hasil dari faktor sosial meliputi sejarah, perilaku penjual, perilaku pengunjung, dan atraksi yang ada. Sedangkan faktor fisik yang mempengaruhi adalah arsitektur, interior, akses, sarana dan prasarana, serta faktor digitalisasi. Diharapkan dengan dibuatnya penelitian dan video dokumenter ini dapat memperkenalkan Pasar Cihapit secara lebih meluas sehingga salah satu warisan budaya ini dapat diteruskan serta dirawat oleh generasi berikutnya.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, Sense of Place, Pasar Cihapit, Bandung

ABSTRACT

Name : Jennifer, Maria Stella Gracia, Marvella Shereen Wijaya
Study Program : Hotel Business
Faculty : Entrepreneurship and Business
Title : SENSE OF PLACE PASAR CIHAPIT

This research is focused on delving into the sense of place of Pasar Cihapit as a center for economic and cultural activities. Pasar Cihapit was chosen as the subject of this research because it is one of the traditional markets that has been operating since 1947 and continues to thrive today. There have been numerous other studies that have also addressed Pasar Cihapit as their research object. However, until now, no research has been conducted specifically on the sense of place of Pasar Cihapit. Using a qualitative method obtained through interviews with traders, visitors, representatives from the West Java Tourism and Culture Department, as well as academics from Bandung, a comprehensive result was obtained regarding the social and physical factors influencing the sense of place of Pasar Cihapit. The findings regarding social factors include its history, the behavior of sellers, visitor behaviors, and existing attractions. Meanwhile, the physical factors influencing it are architecture, interior, accessibility, facilities, and infrastructure, as well as digitalization. It is hoped that through the creation of this research and documentary video, Pasar Cihapit can be introduced more extensively so that this cultural heritage can be continued and preserved by the next generation.

Keywords: Traditional Market, Sense of Place, Pasar Cihapit, Bandung